



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 6824-6831

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Kajian Literatur: Tanggung Jawab Hukum Platform Marketplace terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal di Indonesia

Agustine Susi Mulyati*, Siti Humulhaer, Donny Ferdiansyah, Majuri, Toyib Zainal, M. Ali Mustofa
Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang
agustinesusimulyati@gmail.com

Abstrak

Pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia membawa tantangan serius bagi perlindungan konsumen, khususnya terkait peredaran produk kosmetik ilegal yang mengandung bahan berbahaya atau tanpa izin edar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis batasan tanggung jawab hukum platform marketplace terhadap peredaran produk kosmetik ilegal di ekosistem digital Indonesia serta mengevaluasi efektivitas regulasi yang berlaku saat ini. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan kajian literatur (literature review). Data sekunder diperoleh melalui penelusuran sistematis terhadap peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, dan dokumen hukum terkait dalam dekade terakhir. Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran paradigma hukum dari doktrin Safe Harbor yang pasif menuju tanggung jawab aktif berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Meskipun platform sering kali dianggap sebagai perantara, secara hukum mereka memiliki kewajiban duty of care untuk melakukan verifikasi identitas pedagang dan kurasi produk yang berpotensi membahayakan kesehatan publik. Kelalaian dalam pengawasan preventif terhadap kosmetik berbahaya dapat dikategorikan sebagai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) sesuai Pasal 1365 KUHPdata. Kesimpulan penelitian ini menekankan bahwa perlindungan konsumen di era digital tidak cukup hanya melalui tindakan represif berupa penghapusan tautan produk. Diperlukan integrasi sistem verifikasi izin edar otomatis antara database BPOM dengan sistem internal marketplace untuk mencegah penayangan produk ilegal sejak hulu. Selain itu, penguatan Undang-Undang Perlindungan Konsumen diperlukan untuk mempertegas tanggung jawab spesifik penyelenggara platform dalam rantai distribusi digital guna menjamin kepastian hukum dan keselamatan konsumen.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, Kosmetik Ilegal, Marketplace, Tanggung Jawab Hukum, BPOM.

1. Latar Belakang

Industri kosmetik di Indonesia mengalami transformasi radikal seiring dengan masifnya digitalisasi ekonomi. Data menunjukkan bahwa sektor kosmetik dan barang perawatan pribadi merupakan salah satu kategori produk dengan pertumbuhan tertinggi di berbagai platform marketplace (Sari & Wijaya, 2023). Kemudahan akses, variasi produk yang tak terbatas, serta strategi pemasaran digital yang agresif telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat dari belanja konvensional ke belanja daring. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul ancaman serius terkait keamanan konsumen, yakni maraknya peredaran kosmetik ilegal yang tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta mengandung bahan berbahaya (Pratama, 2022).

Secara yuridis, perlindungan konsumen di Indonesia berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini mengamanatkan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Namun, UUPK yang lahir pada era pra-digital belum secara eksplisit mengatur mengenai entitas marketplace sebagai penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE). Hal ini menciptakan celah hukum atau legal gap dalam menentukan sejauh mana tanggung jawab platform ketika terjadi pelanggaran hukum oleh merchant atau penjual pihak ketiga (Rahayu, 2021).

Peredaran kosmetik ilegal di marketplace mencakup produk tanpa notifikasi BPOM, produk palsu, hingga produk yang mengandung zat kimia terlarang seperti merkuri dan hidrokuinon. Pengawasan terhadap produk-produk ini menjadi tantangan besar bagi otoritas berwenang karena sifat transaksi daring yang anonim dan lintas batas

(Ningsih & Setiawan, 2020). Dalam banyak kasus, ketika konsumen mengalami kerugian fisik atau material akibat kosmetik ilegal, platform sering kali berlindung di balik doktrin Safe Harbor. Doktrin ini pada dasarnya menyatakan bahwa penyedia platform tidak bertanggung jawab atas konten atau produk yang diunggah oleh pengguna, selama platform telah menyediakan sarana pelaporan dan penindakan (Hidayat, 2022).

Namun, seiring dengan perkembangan hukum nasional, khususnya dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), paradigma tanggung jawab platform mulai bergeser. Platform tidak lagi dianggap sebagai perantara pasif. Menurut Arifin (2023), platform memiliki kewajiban untuk menerapkan prinsip Know Your Customer (KYC) terhadap pedagang yang berjualan di ekosistem mereka. Kelalaian dalam melakukan verifikasi terhadap legalitas produk yang dijual dapat dikategorikan sebagai bentuk perbuatan melawan hukum oleh penguasa platform.

Urgensi kajian literatur ini didorong oleh ketidakpastian hukum mengenai batasan tanggung jawab marketplace. Di satu sisi, marketplace berargumen bahwa mereka hanya menyediakan "lapak" digital. Di sisi lain, konsumen sering kali memilih produk berdasarkan kepercayaan terhadap nama besar platform tersebut (Utami, 2024). Jika platform membiarkan produk tanpa izin edar muncul di halaman utama melalui algoritma rekomendasi atau iklan berbayar, maka platform secara tidak langsung telah memfasilitasi peredaran barang ilegal (Mulyadi, 2021).

Masalah ini menjadi semakin kompleks ketika dihadapkan pada efektivitas penegakan hukum. Meskipun BPOM sering melakukan patroli siber dan meminta take-down tautan produk ilegal, produk yang sama sering kali muncul kembali dengan akun penjual yang berbeda (Santoso & Kurnia, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan administratif saja tidak cukup. Diperlukan analisis mendalam mengenai tanggung jawab perdata dan kemungkinan pertanggungjawaban pidana bagi platform yang secara sadar atau karena kelalaiannya memberikan ruang bagi peredaran produk yang membahayakan kesehatan publik.

Selain aspek legalitas izin edar, hak atas informasi konsumen juga sering dilanggar. Banyak produk kosmetik di marketplace tidak mencantumkan komposisi lengkap atau menggunakan label dalam bahasa asing yang tidak dimengerti oleh konsumen Indonesia. Menurut kacamata hukum perlindungan konsumen, ketiadaan informasi yang jujur dan jelas merupakan bentuk pelanggaran hak dasar konsumen (Fauzi, 2020). Dalam konteks ini, literatur hukum harus mampu menjawab apakah platform memiliki kewajiban kurasi konten sebelum sebuah produk ditayangkan.

Penelitian terdahulu telah banyak membahas mengenai perlindungan konsumen secara umum, namun masih terdapat fragmentasi pemikiran mengenai tanggung jawab spesifik marketplace dalam industri kosmetik yang sangat teregulasi. Beberapa peneliti berargumen bahwa tanggung jawab sepenuhnya ada pada penjual, sementara yang lain mulai mendorong tanggung jawab renteng atau joint liability antara penjual dan platform (Lestari, 2023). Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa topik ini masih sangat relevan untuk dikaji lebih dalam melalui penelaahan berbagai literatur hukum, putusan pengadilan, dan regulasi terbaru.

Oleh karena itu, kajian literatur ini bertujuan untuk mensintesis berbagai pemikiran hukum mengenai batasan tanggung jawab marketplace. Kajian ini akan mengevaluasi apakah regulasi saat ini sudah cukup memberikan perlindungan preventif dan represif bagi konsumen kosmetik, serta bagaimana arah kebijakan hukum di masa depan untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi digital dengan keselamatan masyarakat. Melalui analisis literatur yang komprehensif, diharapkan ditemukan formulasi tanggung jawab hukum yang ideal bagi platform marketplace guna meminimalisir peredaran kosmetik ilegal di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan kajian literatur (literature review). Fokus utama metode ini adalah menganalisis bahan pustaka atau data sekunder untuk menjawab isu hukum mengenai tanggung jawab platform marketplace. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah regulasi terkait, seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, PP No. 71 Tahun 2019 (PP PSTE), dan PP No. 80 Tahun 2019 (PP PMSE).

Data dikumpulkan melalui penelusuran sistematis pada basis data akademik seperti Google Scholar, Sinta, dan ketersediaan dokumen hukum resmi. Kriteria inklusi literatur mencakup artikel jurnal nasional dan internasional, buku teks hukum, serta laporan resmi instansi terkait (seperti BPOM) dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir untuk menjaga relevansi data dengan perkembangan teknologi terkini.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (content analysis) secara kualitatif. Peneliti melakukan sinkronisasi vertikal dan horizontal terhadap berbagai aturan hukum, kemudian membandingkannya dengan teori-teori tanggung jawab hukum (liability) yang ditemukan dalam literatur. Seluruh data disintesis untuk mengidentifikasi celah hukum (legal gap) dan merumuskan argumentasi baru mengenai batasan tanggung jawab platform dalam ekosistem perdagangan kosmetik digital di Indonesia.

3. Hasil dan Diskusi

Karakteristik Kosmetik Ilegal dan Risiko Hukum dalam Ekosistem Marketplace

Hasil penelaahan literatur menunjukkan bahwa peredaran kosmetik ilegal di Indonesia melalui platform marketplace memiliki tiga tipologi utama. Pertama, produk tanpa izin edar (TIE) atau tidak memiliki nomor notifikasi BPOM. Kedua, produk yang mengandung bahan dilarang seperti Merkuri, Hidrokinon, dan Retinoat yang sering disalahgunakan dalam produk "racikan" (Ningsih & Setiawan, 2020). Ketiga, produk palsu yang meniru merek terkenal namun dengan komposisi yang tidak terjamin keselamatannya.

Secara yuridis, Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan hak konsumen atas keamanan dan keselamatan. Namun, dalam praktik belanja daring, hak ini sering terabaikan karena asimetri informasi. Konsumen hanya melihat visualisasi produk dan ulasan yang terkadang dimanipulasi (Sari & Wijaya, 2023). Kajian literatur mengungkapkan bahwa marketplace sering kali menjadi "pelabuhan aman" bagi penjual nakal karena prosedur pendaftaran toko yang sangat mudah tanpa verifikasi produk yang ketat di awal (ex-ante).

Transformasi digital telah mengubah wajah perdagangan kosmetik di Indonesia secara radikal. Sektor kecantikan kini menjadi salah satu kategori produk dengan pertumbuhan tertinggi di berbagai platform marketplace. Namun, kemudahan akses yang ditawarkan oleh ekosistem belanja daring ini ibarat pedang bermata dua. Di balik pertumbuhan ekonomi digital yang pesat, terselip ancaman serius bagi kesehatan masyarakat akibat masifnya peredaran kosmetik ilegal. Fenomena ini menciptakan tantangan baru bagi otoritas pengawas seperti BPOM dan penegak hukum, mengingat karakteristik marketplace yang anonim, lintas batas, dan sangat dinamis.

Tipologi Kosmetik Ilegal dalam Ekosistem Digital

Hasil penelaahan literatur menunjukkan bahwa peredaran kosmetik ilegal di Indonesia melalui platform marketplace memiliki tiga tipologi utama yang sangat sulit diidentifikasi oleh mata awam secara langsung.

1. Produk Tanpa Izin Edar (TIE) dan Masalah Notifikasi BPOM. Tipologi pertama adalah produk yang tidak memiliki nomor notifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Dalam regulasi Indonesia, setiap produk kosmetik wajib melalui proses notifikasi untuk menjamin keamanan dan manfaatnya. Namun, di marketplace, ribuan produk impor maupun lokal dijual bebas tanpa melalui prosedur ini. Produk TIE sering kali masuk melalui jalur pasar gelap atau jasa titip (jastip) yang tidak terawasi. Tanpa notifikasi, negara tidak memiliki kendali atas apa yang terkandung di dalam produk tersebut, sehingga konsumen menjadi subjek eksperimen dari produsen yang tidak bertanggung jawab.
2. Penggunaan Bahan Berbahaya dan Produk "Racikan". Tipologi kedua, yang secara medis paling berbahaya, adalah produk yang mengandung bahan dilarang atau bahan dengan kadar yang melampaui ambang batas keamanan. Bahan-bahan seperti Merkuri, Hidrokinon, dan Asam Retinoat sering kali disalahgunakan dalam produk yang dipasarkan sebagai "krim pemutih kilat" atau produk "racikan" tanpa pengawasan tenaga medis (Ningsih & Setiawan, 2020). Penggunaan merkuri secara terus-menerus dapat menyebabkan kerusakan permanen pada kulit, gangguan saraf, hingga kegagalan fungsi ginjal. Di platform marketplace, produk ini sering kali dikemas secara sederhana atau menggunakan label "resep dokter" palsu untuk menarik kepercayaan konsumen yang menginginkan hasil instan.

3. Produk Palsu (Counterfeit Products). Tipologi ketiga adalah produk palsu yang meniru identitas merek-merek terkenal, baik lokal maupun internasional. Produk ini menggunakan visualisasi kemasan yang hampir identik dengan aslinya, namun dengan komposisi kimia yang sangat berbeda dan tidak terjamin keselamatannya. Pemalsuan ini tidak hanya merugikan konsumen secara kesehatan, tetapi juga merusak reputasi pemegang merek sah dan menghambat pertumbuhan industri kosmetik nasional yang jujur.

Asimetri Informasi dan Manipulasi Ulasan Konsumen

Secara yuridis, Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dengan tegas menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Namun, dalam ekosistem marketplace, hak-hak ini sering kali terabaikan akibat adanya asimetri informasi yang sangat timpang. Konsumen digital berada pada posisi yang rentan karena mereka tidak dapat menyentuh, mencium, atau memeriksa fisik produk secara langsung sebelum transaksi terjadi. Mereka sepenuhnya bergantung pada visualisasi produk berupa foto atau video yang sering kali merupakan hasil suntingan atau pencurian gambar dari situs resmi. Selain itu, fenomena manipulasi ulasan (fake reviews) menjadi instrumen penipuan yang lazim (Sari & Wijaya, 2023). Penjual nakal sering kali menggunakan bot atau jasa berbayar untuk memberikan penilaian bintang lima dan komentar positif guna menutupi karakteristik produk ilegal mereka. Hal ini menciptakan persepsi keamanan palsu bagi calon pembeli lainnya.

Kajian literatur mengungkapkan bahwa salah satu faktor utama maraknya kosmetik ilegal adalah posisi marketplace yang sering kali menjadi "pelabuhan aman" bagi penjual nakal. Hal ini disebabkan oleh kebijakan pendaftaran toko yang sangat mudah tanpa verifikasi produk yang ketat di awal (*ex-ante*). Sebagian besar platform lebih menekankan pada kemudahan bagi penjual untuk membuka toko guna mengejar volume transaksi, daripada melakukan kurasi ketat terhadap legalitas produk yang ditawarkan.

Sistem pengawasan yang diterapkan oleh platform umumnya bersifat *ex-post* atau berbasis laporan (*notice and take down*). Artinya, produk ilegal baru akan dihapus setelah ada laporan dari masyarakat atau perintah dari otoritas terkait. Padahal, pada saat produk tersebut diturunkan, penjual ilegal biasanya sudah berhasil menjual ribuan unit dan dengan mudah dapat membuka toko baru dengan identitas berbeda. Ketidakefektifan prosedur verifikasi di awal inilah yang menjadi celah bagi peredaran produk berbahaya secara berkelanjutan.

Analisis Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE)

Dalam perspektif hukum Indonesia, tanggung jawab marketplace diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi ini mewajibkan PPMSE untuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan sistem elektroniknya secara andal dan aman. Namun, terdapat perdebatan mengenai sejauh mana platform bertanggung jawab atas konten atau barang yang dijual oleh pihak ketiga (*merchant*). Doktrin *Safe Harbor Policy* sering kali digunakan platform untuk melepaskan diri dari tanggung jawab hukum atas kerugian konsumen, dengan argumen bahwa mereka hanyalah penyedia lapak digital. Namun, jika platform secara sadar membiarkan produk yang jelas-jelas dilarang (seperti kosmetik merkuri yang sudah masuk daftar publikasi BPOM) tetap ditayangkan, maka platform dapat dianggap melakukan pembiaran yang berakibat pada pelanggaran hak konsumen. Penegakan hukum yang tegas terhadap platform sangat diperlukan agar mereka meningkatkan sistem algoritma pendeteksi kata kunci (*keyword filtering*) untuk produk-produk ilegal.

Pelaku usaha yang mengedarkan kosmetik ilegal menghadapi konsekuensi hukum yang berat. Selain UUPK, aturan utama yang menjerat mereka adalah Undang-Undang No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Berdasarkan regulasi tersebut, mengedarkan produk sediaan farmasi (termasuk kosmetik) tanpa izin edar atau tidak memenuhi standar keamanan dapat dikenakan sanksi pidana penjara yang signifikan serta denda hingga miliaran rupiah. Namun, tantangan terbesar dalam penegakan hukum ini adalah identitas penjual yang sering kali palsu. Penggunaan data KTP orang lain atau pendaftaran toko melalui perantara membuat penegak hukum kesulitan melacak keberadaan gudang atau lokasi produksi fisik mereka. Oleh karena itu, diperlukan sinkronisasi data antara platform marketplace dengan sistem kependudukan (*Dukcapil*) dan sistem notifikasi BPOM untuk memastikan setiap akun penjual dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Dampak Sosial dan Ekonomi: Kerugian yang Tak Terlihat

Dampak dari peredaran kosmetik ilegal tidak hanya berhenti pada masalah kesehatan individu. Secara makro, fenomena ini mendistorsi pasar kosmetik nasional. Produsen lokal yang patuh pada aturan dan membayar biaya notifikasi serta pajak merasa dirugikan karena harus bersaing harga dengan produk ilegal yang jauh lebih murah. Jika hal ini terus berlanjut, industri kosmetik legal di Indonesia bisa kehilangan daya saing, yang pada akhirnya berdampak pada penyerapan tenaga kerja di sektor tersebut. Selain itu, negara juga dirugikan secara finansial akibat hilangnya potensi pajak dari produk-produk ilegal yang masuk secara tidak sah.

Untuk mengatasi persoalan ini, diperlukan pendekatan kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan (multi-stakeholder approach).

- Penguatan Pengawasan Pre-Market oleh Platform: Marketplace harus mewajibkan penjual kosmetik untuk mengunggah sertifikat notifikasi BPOM sebelum produk dapat ditayangkan. Penggunaan teknologi AI untuk mendeteksi kemasan produk berbahaya harus dioptimalkan.
- Edukasi dan Literasi Digital Konsumen: Negara melalui BPOM dan kementerian terkait harus lebih gencar memberikan edukasi mengenai cara mengecek legalitas produk melalui aplikasi BPOM Mobile. Konsumen yang cerdas adalah lini pertahanan terdepan melawan produk ilegal.
- Reformasi Penegakan Hukum Virtual: Kepolisian dan BPOM harus meningkatkan kemampuan cyber-investigation untuk melacak jaringan produsen dan distributor besar di balik akun-akun marketplace kecil.
- Sertifikasi Toko Terpercaya: Pengembangan label "Toko Terverifikasi BPOM" di platform digital dapat membantu konsumen membedakan antara penjual yang kredibel dan penjual ilegal.

Eksistensi kosmetik ilegal dalam ekosistem marketplace merupakan ancaman nyata yang kompleks. Karakteristik produk yang tidak berizin, mengandung bahan berbahaya, hingga produk palsu didukung oleh kemudahan akses digital dan asimetri informasi. Meskipun regulasi seperti UUPK dan UU Kesehatan telah menyediakan landasan sanksi, efektivitasnya sangat bergantung pada kemauan platform marketplace untuk melepaskan diri dari sekadar status "penyedia lapak" dan mulai mengambil tanggung jawab sosial-hukum yang lebih besar.

Sinkronisasi antara kebijakan perlindungan konsumen, pengawasan farmasi, dan manajemen platform digital adalah kunci utama. Hanya dengan kolaborasi yang ketat antara pemerintah, penyelenggara platform, dan kesadaran masyarakat, ekosistem belanja daring di Indonesia dapat menjadi ruang yang aman bagi konsumen serta mendukung pertumbuhan industri kecantikan nasional yang sehat dan berintegritas. Keadilan bagi konsumen bukan hanya tentang mendapatkan barang dengan harga murah, tetapi tentang jaminan bahwa produk yang mereka gunakan tidak akan merusak kesehatan mereka di masa depan.

Doktrin Safe Harbor vs. Peran Aktif Platform: Pergeseran Paradigma Hukum

Salah satu perdebatan utama dalam literatur hukum teknologi informasi adalah penerapan doktrin Safe Harbor. Berdasarkan Surat Edaran Menkominfo No. 5 Tahun 2016, platform penyedia konten (termasuk marketplace) dianggap tidak bertanggung jawab atas konten negatif yang diunggah oleh pengguna jika platform tersebut telah menyediakan sarana pengaduan dan melakukan tindakan penghapusan (take down) setelah menerima laporan (Hidayat, 2022). Namun, kajian ini menemukan bahwa dalam konteks produk yang mengancam nyawa atau kesehatan (seperti kosmetik berbahaya), doktrin Safe Harbor tidak dapat diterapkan secara absolut. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) telah menggeser tanggung jawab ini. Pasal 7 PP PMSE mewajibkan Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) untuk mengutamakan perlindungan konsumen dan melakukan verifikasi identitas pedagang.

Analisis literatur menunjukkan adanya tuntutan terhadap "tanggung jawab pencegahan". Platform tidak bisa lagi bersikap pasif hanya menunggu laporan (reactive), melainkan harus proaktif (proactive) menggunakan teknologi algoritma dan Artificial Intelligence (AI) untuk menyaring kata kunci seperti "cream racikan tanpa label" atau "cream pemutih kilat" yang terindikasi ilegal (Arifin, 2023). Jika platform membiarkan produk tersebut tetap tayang padahal secara teknologi dapat dideteksi, maka platform telah memenuhi unsur kelalaian (negligence).

Analisis Tanggung Jawab Perdata Platform: Perbuatan Melawan Hukum (PMH)

Dalam perspektif hukum perdata, tanggung jawab platform dapat dikonstruksikan melalui Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) mengenai Perbuatan Melawan Hukum (PMH). Unsur PMH terpenuhi apabila platform dianggap melalaikan kewajiban hukumnya dalam mengawasi barang-barang berbahaya di ekosistemnya. Mulyadi (2021) berargumen bahwa platform memperoleh keuntungan finansial dari setiap transaksi, baik melalui biaya admin, komisi, maupun iklan produk. Maka secara moral dan hukum, platform memiliki *duty of care* (kewajiban untuk berhati-hati). Jika seorang konsumen mengalami kerusakan kulit permanen akibat kosmetik bermerkuri yang dibeli di platform ternama, platform dapat digugat karena dianggap memfasilitasi perdagangan barang ilegal yang dilarang oleh Undang-Undang Kesehatan.

Selain itu, terdapat konsep "Tanggung Jawab Produk" (Product Liability). Meskipun platform bukan produsen, dalam ekonomi digital, platform sering kali berperan sebagai pihak yang menjamin keamanan transaksi (melalui rekening bersama atau sistem retur). Hal ini menciptakan ekspektasi hukum di mata konsumen bahwa barang yang dijual di platform tersebut adalah legal (Utami, 2024).

Kendala Penegakan Hukum dan Efektivitas Pengawasan Digital

Literatur mengenai penegakan hukum menunjukkan bahwa kolaborasi antara BPOM dan platform digital masih menemui kendala teknis. Fenomena "toko hantu" (ghost accounts) menjadi hambatan utama; saat satu tautan produk dihapus, penjual dengan mudah membuka akun baru dengan nama berbeda (Santoso & Kurnia, 2022). Kajian literatur menyimpulkan bahwa sanksi administratif berupa penutupan akun belum memberikan efek jera. Diperlukan sinkronisasi data antara BPOM dan sistem backend marketplace. Misalnya, sistem marketplace harus terintegrasi dengan database e-notifikasi BPOM, sehingga saat penjual mengunggah produk kosmetik, sistem secara otomatis meminta nomor izin edar yang valid. Jika nomor tersebut tidak terverifikasi dalam database BPOM, maka produk tidak dapat ditayangkan (Fauzi, 2020).

Perlindungan Konsumen Preventif melalui Literasi Digital dan Regulasi Baru

Hasil sintesis literatur menekankan bahwa perlindungan konsumen di era digital tidak boleh lagi hanya bersifat represif atau bertindak setelah jatuhnya korban. Mengingat kecepatan peredaran barang di ekosistem digital, pendekatan hukum harus bergeser ke arah preventif yang bersifat sistemik. Regulasi di masa depan harus mewajibkan platform marketplace untuk mencantumkan label peringatan otomatis pada kategori kosmetik tertentu dan menyediakan fitur cek BPOM mandiri yang terintegrasi langsung di halaman produk. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir asimetri informasi antara penjual dan pembeli.

Rahayu (2021) menyatakan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sudah saatnya direvisi untuk memasukkan definisi subjek hukum baru, yaitu platform provider. Sebagai entitas yang memfasilitasi transaksi dan mengambil keuntungan dari ekosistem tersebut, platform harus didefinisikan sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab khusus dalam rantai distribusi digital. Tanpa adanya pembaruan regulasi yang spesifik mengenai marketplace liability, konsumen akan terus berada pada posisi yang lemah dan rentan terhadap eksploitasi oleh pelaku usaha ilegal yang bersembunyi di balik anonimitas digital.

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab hukum platform marketplace terhadap peredaran kosmetik ilegal di Indonesia tidak lagi bisa dibatasi oleh doktrin Safe Harbor yang pasif. Doktrin tersebut, yang awalnya diciptakan untuk melindungi inovasi digital, sering kali disalahgunakan sebagai perisai untuk menghindari tanggung jawab atas pembiaran konten ilegal. Merujuk pada PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan prinsip perlindungan konsumen universal, platform kini memiliki tanggung jawab verifikasi dan pengawasan (*duty of care*) atas legalitas produk yang ditayangkan.

Dalam perspektif hukum perdata, platform dapat dimintai pertanggungjawaban melalui gugatan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) apabila terbukti lalai dalam melakukan pengawasan preventif terhadap produk-produk yang jelas-jelas melanggar UU Kesehatan dan aturan BPOM. Kelalaian ini mencakup kegagalan platform dalam menghapus (take down) produk yang telah masuk dalam public warning BPOM atau membiarkan akun penjual ilegal muncul kembali dengan identitas yang sama.

Sebagai solusi jangka panjang, diperlukan integrasi sistem verifikasi otomatis (Application Programming Interface/API) antara pangkalan data BPOM dan platform marketplace. Melalui sistem ini, setiap produk kosmetik yang diunggah oleh penjual akan secara otomatis dicocokkan dengan nomor notifikasi di database BPOM. Jika data tidak sinkron, sistem akan secara otomatis memblokir penayangan produk tersebut. Integrasi teknologi dan hukum inilah yang menjadi kunci utama untuk memutus rantai peredaran kosmetik berbahaya di ruang digital, sekaligus mewujudkan kedaulatan konsumen di Indonesia.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian literatur yang mendalam mengenai tanggung jawab hukum platform marketplace terhadap peredaran kosmetik ilegal di Indonesia, dapat ditarik beberapa simpulan esensial. Pertama, peredaran kosmetik tanpa izin edar (TIE) dan mengandung bahan berbahaya di ranah digital merupakan ancaman nyata yang melanggar hak konstitusional konsumen atas keamanan dan kesehatan sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Transformasi perdagangan dari konvensional ke digital telah menciptakan asimetri informasi yang lebih lebar, di mana konsumen sering kali terkecoh oleh ulasan manipulatif dan visualisasi produk yang tampak legal namun berbahaya secara medis. Kedua, terdapat pergeseran paradigma hukum yang sangat signifikan terkait peran dan tanggung jawab penyelenggara platform. Doktrin Safe Harbor yang selama ini menjadi tameng bagi platform untuk melepaskan diri dari tanggung jawab atas konten pihak ketiga kini tidak lagi dapat diterapkan secara absolut. Melalui keberadaan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), platform marketplace kini memikul beban kewajiban untuk menerapkan prinsip Know Your Customer (KYC) dan melakukan verifikasi ketat terhadap legalitas produk yang diperdagangkan di ekosistem mereka. Kelalaian dalam melakukan pengawasan preventif terhadap produk-produk yang jelas dilarang oleh hukum—seperti kosmetik mengandung merkuri atau tanpa notifikasi BPOM—dapat dikategorikan sebagai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUHPer. Platform memiliki *duty of care* (kewajiban untuk berhati-hati) karena mereka merupakan pihak yang memfasilitasi transaksi dan memperoleh keuntungan finansial dari aktivitas ekonomi tersebut. Ketiga, perlindungan konsumen yang efektif di masa depan tidak lagi bisa hanya mengandalkan tindakan represif berupa *take-down* tautan yang bersifat sementara. Diperlukan harmonisasi regulasi yang lebih teknis, yakni integrasi sistem basis data antara BPOM dan platform marketplace untuk verifikasi izin edar secara otomatis di hulu. UUPK juga memerlukan amandemen untuk mempertegas kedudukan hukum platform sebagai subjek hukum yang dapat dimintai pertanggungjawaban renteng dalam rantai distribusi barang. Dengan adanya kepastian hukum mengenai batasan tanggung jawab platform, ekosistem ekonomi digital di Indonesia tidak hanya akan tumbuh secara kuantitas, tetapi juga kualitas dalam menjamin keselamatan masyarakat sebagai konsumen akhir.

Referensi

1. Arifin, Z. (2023). *Hukum ekonomi digital: Tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik dalam transaksi komersial*. Jakarta: Sinar Grafika.
2. BPOM RI. (2023). *Laporan tahunan pengawasan obat dan makanan di era digital*. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.
3. Fauzi, M. R. (2020). Hak atas informasi konsumen dalam transaksi elektronik produk kecantikan. *Jurnal Hukum Lingkungan dan Konsumen*, 7(2), 45–60.
4. Hidayat, A. (2022). Penerapan doktrin safe harbor policy bagi marketplace di Indonesia: Tantangan dan realita. *Jurnal Hukum dan Pasar Modal*, 11(1), 12–28.
5. Husna, A. N., & Syarif, N. (2022). Tanggung jawab hukum influencer dalam mempromosikan kosmetik ilegal melalui media sosial. *Jurnal Hukum dan Etika Kesehatan*, 2(1), 15–30.
6. Lestari, D. (2023). Tanggung jawab renteng dalam sengketa perlindungan konsumen di era digital. Bandung: Citra Aditya Bakti.
7. Makarim, E. (2020). *Notaris dan transaksi elektronik: Kajian hukum tentang cybernotary di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
8. Mulyadi, T. (2021). Analisis yuridis peran marketplace dalam mencegah peredaran produk ilegal. *Jurnal Ilmu Hukum*, 14(3), 210–225.
9. Ningsih, A. S., & Setiawan, B. (2020). Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk kosmetik tanpa izin edar BPOM. *Jurnal Kertha Semaya*, 8(5), 780–795.
10. Pratama, R. D. (2022). *Cyber law: Perlindungan konsumen dan keamanan informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
11. Rahayu, S. (2021). Legal gap dalam undang-undang perlindungan konsumen terhadap transaksi di marketplace. *Mimbar Hukum*, 33(1), 88–103.
12. Ramli, A. M. (2022). *Cyber law dan hukum e-commerce: Menyongsong era digital indonesia*. Jakarta: Refika Aditama.
13. Santoso, B., & Kurnia, I. (2022). Efektivitas pengawasan BPOM terhadap peredaran kosmetik daring. *Jurnal Kebijakan Publik*, 9(4), 155–170.
14. Sari, K., & Wijaya, H. (2023). Tren konsumsi produk kecantikan di e-commerce Indonesia tahun 2022-2023. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 101–115.
15. Shidarta. (2006). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
16. Siahaan, N. H. T. (2005). *Hukum konsumen: Perlindungan konsumen dan tanggung jawab produk*. Jakarta: Panta Rei.

17. Simatupang, N. (2021). Penegakan hukum pidana terhadap pengedar kosmetik palsu di platform digital. *Jurnal Keadilan Pidana*, 10(2), 112–128.
18. Utami, P. (2024). Kepercayaan konsumen dan tanggung jawab hukum platform e-commerce. *Jurnal Hukum Bisnis*, 15(2), 33–50.
19. Widjaja, G. (2019). *Hukum perlindungan konsumen di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
20. Zulham. (2013). *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.